

日本リスクマネジメント学会、第46回全国大会（2021, 9, 22～23）
統一論題 「東日本大震災10年—レジリエンス力とリスクマネジメントの諸問題」
—問題提起—

専修大学名誉教授
上田和勇

2011年3月11日の東日本大震災から10年9か月が経過し、関係者の物的復興はかなりの程度行われてきており、時間の経過とともにその状況は少しずつ良くなるであろう。しかし、その後の東北エリアを含む日本の各地域を襲っている災害リスク、そして昨年以降いまだに多大な影響を与えている感染リスクであるCovid19がパンデミックと化している。

要するに、2011年以降、東北エリアは大震災、災害リスク、そして感染リスクCovid19によるマルチ・クライシスによりきわめて深刻な状況にある（後者の2つのリスクは現在、日本および世界全体についていえる）。

本報告ではこうしたマルチ・クライシス禍、我々は（個人、企業、地域、国）どういう思考と方法で、この状況から脱し、復元していくべきか、言い換えればレジリエンス力をどういう方法で醸成・発揮し、この状況を脱していき、そこに住む人々の幸福感を醸成していくべきかについて次の諸点から検討し問題提起としたい。

1) 2011, 3, 11 による甚大な損害と10年間の数字上の復興状況

（参考）主な復興の進捗状況

- ・避難者は、約47万人から約4万3千人に減少。
- ・災害公営住宅は、計画戸数約3万戸に対し、工事完了は99.7%、民間住宅等用地は、計画戸数約1.8万戸に対し、工事完了は99.9%。
- ・岩手県、宮城県及び福島県（以下「3県」という。）の製造品出荷額等は震災前の水準まで回復。津波被災農地は94%で営農再開可能、水産加工施設は97%で業務再開。
- ・東北4県（青森県、岩手県、宮城県及び福島県）における震災前の売上水準に回復した事業者は、建設業で約7割、運送業で約6割である一方、水産・食品加工業、卸小売・サービス業、旅館・ホテル業ではそれぞれ約3割にとどまる。

（復興庁「東日本大震災からの復興の状況に関する報告」令和2年12月）

2) Covid19の被災地への影響

①東日本大震災で被災した42市町村の首長アンケート：Covid19の感染拡大が復旧・復興に影響を及ぼしている

この調査では、市町村首長の76%に当たる32人がCovid19の感染拡大が復旧・復興に影響を及ぼしていると回答。人の移動が制限されることで工事が遅れたり、観光産業が打撃を受けたりし、復興途上にある被災地に追い打ちをかけている実態が浮かび上がった

（復興「完了」14%のみ。88%が風化懸念—東日本大震災10年、首長アンケート：時事ドットコム(jiji.com)）。

②被災地の心の状態（心理ストレス）の悪化

物的な復興は一区切りが果たしたともいわれるが、モノではない地域社会の「人々の結びつき」を復興させ、コロナ禍のように社会不安の高まった場合での、助け合い、信頼できる地域社会づくりが今後の復興政策として求められる（東北大学大学院経済学研究科 高齢経済社会研究センター、プレスリリース（令和3年）「被災地でコロナ禍のストレスが高い傾向を確認」）

3) 今後どうすべきかーレジリエンス思考と幸福研究から

①レジリエンス思考に必要な3要素から

- i) 関係者のビジョン、使命の共有と持続化ー個人、地域、県、国のビジョンとそれらの連動、ビジョンの実行、（ハード面の復興からソフト面の復興へ）
- ii) 現実直視（現場を知る）
 - ・組織面：国による横断的危機管理センターの設置、関係機関との情報共有と相互連動、地域と県レベルでの監視・対応センターと国レベルでの危機管理センターとの密な情報共有と連動
 - ・中長期視点：幼児・若年層とリーダーへのリスク・クライシス教育、レジリエンス教育
- iii) 柔軟思考ーあらゆる手段のレビュー（国内外）そして実施から、より効果的手段への重点的移行

②幸福感に関する研究成果との視点からーリーダーが考えるべきこと

A) 前野隆司：幸せ4因子のバランス化

- i) 自己実現（夢、目標、強み他）ー地域や国のビジョン、その共有化
- ii) つながりと感謝（信頼、利他他）ー人々の社会的関係の再構築、そのことにつながるビジネスによる信頼と安心の構築
- iii) 前向きと楽観ービジョン達成の road map 提示と計画的実行
- iv) 独立と自分らしさー地域の良さの確認とアピール

B) 「個人の主観的な幸福」と「社会（地域）の状態」を統合した考え方

（研究開発プロジェクト「地域の幸福の多面的側面の測定と持続可能な多世代共創社会に向けての実践的フィードバック」、研究代表者：内田 由紀子（京都大学こころの未来研究センター教授）（2021年3月）

「周囲との信頼感を強く感じている人が多い地域ほど、幸福感を感じている人が多く、個人が幸福感を感じている状態では、何らかの形でその地域のためになるような行動（向社会行動）が増加傾向に。そして、改めてそこに住んでいて幸せだと感じる。このように、「幸福感」「信頼感」「向社会行動」の3つは循環している」

ポイントは地域の人々と地域・国のリーダーとの信頼構築、関係者がビジョンを掲げ、その実践に人々を巻き込み、地域の良さをアピールしていくことか。